

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* (CHELSEA
ISLAN), *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE*
MELALUI *BRAND IMAGE* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA
KONSUMEN SMARTPHONE
OPPO DI SURABAYA



OLEH:
HANNA YUNIAR
3103015123

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* (CHELSEA
ISLAN), *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE*
MELALUI *BRAND IMAGE* TERHADAP
PURCHASE INTENTION PADA
KONSUMEN SMARTPHONE
OPPO DI SURABAYA

SKRIPSI
Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk memenuhi sebagian persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

Oleh:
HANNA YUNIAR
3103015123

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2019

HALAMAN PERSETUJUAN

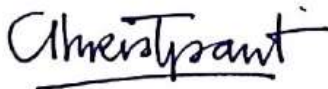
SKRIPSI

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* (CHELSEA ISLAN), *PRODUCT QUALITY* DAN *PRICE* MELALUI *BRAND IMAGE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN SMARTPHONE OPPO DI SURABAYA

Oleh:
HANNA YUNIAR
3103015123

Telah disetujui dan diterima dengan baik
Untuk diajukan kepada Tim Penguji

Pembimbing I,



Dr. Christina Esti Susanti., MM., CPM (AP)
NIK. 311.89.0163
Tanggal: 09.01.2019

Pembimbing II,



Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si
NIK. 311.89.0168
Tanggal: 10-07-2019

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: Hanna Yuniar dengan NRP 3103015123

Telah diuji pada Tanggal 26 Januari 2019 dan dinyatakan lulus oleh Tim Penguji

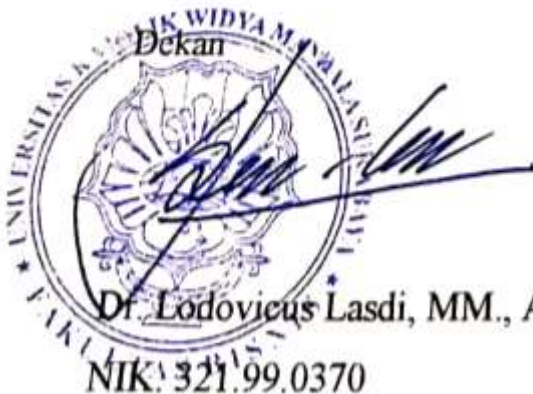
Ketua Tim Penguji



Dr. Christina Esti Susanti., MM., CPM (AP)

NIK. 311.89.0163

Mengetahui,



Dekan
Dr. Lodovicus Lasdi, MM., Ak., CA, CPAI
NIK. 321.99.0370

Ketua Jurusan



Robertus Sigit H. L., SE., M.Sc.

NIK. 311.911.0678

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanna Yuniar

NRP : 3103015123

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorsement* (Chelsea Islan), *Product Quality*, dan *Price* Melalui *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* Pada Konsumen Smartphone Oppo di Surabaya

Menyatakan tugas akhir skripsi ini merupakan karya tulis sendiri. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang diberikan oleh Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui bahwa karya tulis ini dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (*Digital Library* perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sesuai dengan Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 16 Januari 2019.

Yang menyatakan



(Hanna Yuniar)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus, oleh karena rahmat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorsement* (Chelsea Islan), *Product Quality* dan *Price* melalui *Brand Image* terhadap *Purchase Intention* pada konsumen Smartphone Oppo Di Surabaya”. Ini bertujuan untuk memenuhi persyaratan penyelesaian program pendidikan S-1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyelesaian tugas akhir ini, telah banyak pihak yang membantu penulis baik secara langsung maupun tak langsung. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis ini menyampaikan terima kasih yang tak terhingga, antara lain untuk:

1. Bapak Dr. Lodovicus Lasdi, MM selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Bapak Robertus Sigit H.L, SE., M.Sc selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Dr. Christina Esti Susanti., MM., CPM (AP) selaku dosen pembimbing 1 yang telah bersabar membimbing, memberikan saran dan masukan kepada penulis dari awal hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
4. Bapak Drs. Ec. Cyrillius Martono, M.Si selaku dosen pembimbing 2 yang telah sabar membimbing, memberikan saran dan masukan kepada penulis dari awal hingga terselesaikan penulisan tugas akhir ini.
5. Bapak Drs.Ec. N. Agus Sunarjanto, MM. selaku Dosen Wali yang telah membimbing penulis dari semester awal hingga akhir dalam menempuh mata kuliah.
6. Semua Bapak/Ibu dosen Fakultas Bisnis yang telah memberikan pengetahuan-pengetahuan mengenai masing-masing studi.
7. Orang tua dan keluarga atas dukungan dan memberikan motivasi kepada penulis untuk semangat dalam mengerjakan tugas akhir.

8. Teman-teman seperjuangan (Aprillia Ertanto, Monica Djami, Melina Gunawan, Brenda Savio, Brigitta Felicia, Ricardo Tanama, Indra Putra) terima kasih atas saran dan motivasi sehingga penulis dapat mengerjakan tugas akhir dengan tepat waktu.
9. Seluruh responden penelitian yang telah menyempatkan waktu dalam pengisian kuisioner.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu penulis tidak menutup kemungkinan adanya kritik maupun saran dari semua pihak.

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang bermanfaat bagi kepentingan masyarakat luas dan bagi perkembangan ilmu pengetahuan pada khususnya.

Surabaya, 16 Januari 2019

Penulis,

Hanna Yuniar

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Sistematika Penulisan Skripsi	8
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Landasan Teori.....	9
2.1.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	9
2.1.2 <i>Product Quality</i>	11
2.1.3 <i>Price</i>	13
2.1.4 <i>Brand Image</i>	15
2.1.5 <i>Purchase Intention</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Pengembangan Hipotesis	22
2.3.1 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Brand Image</i>	22
2.3.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Brand Image</i>	23
2.3.3 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Brand Image</i>	25
2.3.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Intention</i>	24

2.3.5 Pengaruh <i>Celebrity Endorsement</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Brand Image</i>	26
2.3.6 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Brand Image</i>	26
2.3.7 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> melalui <i>Brand Image</i>	27
2.4 Model Penelitian	28
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	29
3.1 Desain Penelitian	29
3.2 Identifikasi Variabel.....	29
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.3.1 <i>Celebrity Endorsement</i>	30
3.3.2 <i>Product Quality</i>	30
3.3.3 <i>Price</i>	30
3.3.4 <i>Brand Image</i>	31
3.3.5 <i>Purchase Intention</i>	31
3.4 Pengukuran Variabel.....	31
3.5 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.6 Alat dan Metode Pengumpulan Data	32
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.8 Teknik Analisis Data.....	33
3.8.1 Uji Validitas	34
3.8.2 Uji Reliabilitas	34
3.8.3 Uji Normalitas.....	34
3.8.4 Uji Kecocokan Keseluruhan Model.....	35
3.8.5 Uji Kecocokan Model Struktural	36
3.8.6 Uji Hipotesis	37
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	38
4.1.1 Usia	38
4.1.2 Domisili	39
4.1.3 Pernah melihat iklan <i>smartphone</i> Oppo menggunakan Chelsea Islan	39

4.1.4 Mengetahui pesaing <i>smartphone</i> Oppo	40
4.1.5 Berniat untuk membeli <i>smartphone</i> Oppo.....	40
4.2 Deskripsi Data.....	41
4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	42
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	43
4.2.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price</i>	44
4.2.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	45
4.2.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	46
4.3 Uji Asumsi <i>Structural Equational Modelling</i> (SEM).....	47
4.3.1 Pengujian Asumsi Normalitas	47
4.3.2 Uji Validitas	48
4.3.3 Uji Reliabilitas	50
4.3.4 Evaluasi Kecocokan Model Struktural	50
4.3.5 Uji Kecocokan Model.....	51
4.3.6 Pengujian Hipotesis	52
4.4 Pembahasan.....	53
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1. Simpulan	61
5.2 Keterbatasan.....	63
5.3 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN.....	68

DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu dan Sekarang	22
Table 3.1 Uji Kecocokan Keseluruhan Model	36
Table 4.1 Usia	38
Table 4.2 Interval Penilaian	41
Table 4.3 Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorsement</i>	42
Table 4.4 Statistik Deskriptif Variabel <i>Product Quality</i>	43
Table 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Price</i>	45
Table 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	45
Table 4.7 Statistik Deskriptif Variabel <i>Purchase Intention</i>	46
Table 4.8 Hasil Uji Univariate Normality	47
Table 4.9 Hasil Uji Multivariate Normality	48
Table 4.10 Hasil Uji Validitas	49
Table 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	50
Table 4.12 Pengujian Kecocokan Keseluruhan Model	51
Table 4.13 Pengujian Hipotesis	52

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Top 5 Vendor Smartphone di Indonesia	1
Gambar 2.4 Model Penelitian	27

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran 1 : Kuesioner
2. Lampiran 2 : Frekuensi Karakteristik Responden
3. Lampiran 3 : Karakteristik Responden
4. Lampiran 4 : Jawaban Responden
5. Lampiran 5 : Uji Normalitas
6. Lampiran 6 : Output SEM
7. Lampiran 7a : Path Diagram *Estimates*
8. Lampiran 7b : Path Diagram *T-value*
9. Lampiran 7c : Path Diagram *Standardized Solution*
10. Lampiran 8 : Uji Reliabilitas

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSEMENT* (CHELSEA ISLAN),
PRODUCT QUALITY DAN *PRICE* MELALUI *BRAND IMAGE*
TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA KONSUMEN
SMARTPHONE OPPO DI SURABAYA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorsement* Chelsea Islan, *Product Quality*, dan *Price* terhadap *Purchase Intention* melalui *Brand Image* pada konsumen Smartphone Oppo di Surabaya.

Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan program LISREL. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 180 responden. Karakteristik sampel dalam penelitian ini yaitu, berusia 17-50 tahun, berdomisili di kota Surabaya, pernah melihat iklan smartphone Oppo dengan menggunakan Chelsea Islan sebagai *celebrity endorsement*, mengetahui pesaing smartphone Oppo, dan berniat membeli smartphone Oppo.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dan positif antara *Celebrity Endorsement*, *Product Quality*, dan *Price* terhadap *Brand Image*, dan terdapat pengaruh signifikan dan positif antara *Celebrity Endorsement*, *Product Quality*, dan *Price* terhadap *Purchase Intention* melalui *Brand Image*.

Dalam penelitian ini terdapat saran praktis dan saran akademis. Saran praktis bagi variabel *celebrity endorsement* sebagai model iklan sebaiknya selebriti yang digunakan memiliki keahlian teknologi informasi dan komunikasi. Bagi variabel *product quality* dapat menambahkan lagi spesifikasi pada produknya dan mendesainnya senyaman mungkin untuk digunakan oleh konsumen. Bagi variabel *price* sebaiknya perusahaan *smartphone* Oppo menetapkan harga pada produknya yang dapat dijangkau atau dibeli oleh konsumennya. Bagi variabel *brand image* sebaiknya lebih sering mengiklankan produknya dengan menggunakan media yang sudah ada atau dengan media baru. Bagi variabel *purchase intention* sebaiknya perusahaan *smartphone* Oppo dapat tetap menjaga kepercayaan dari setiap konsumennya. Sedangkan saran akademis bagi para peneliti selanjutnya agar dapat menggunakan lebih banyak variabel seperti *brand trust*, *brand loyalty*, dan *brand satisfaction*.

Kata Kunci: *Celebrity Endorsement*, *Product Quality*, *Price*, *Brand Image*, *Purchase Intention*.

***EFFECT OF CELEBRITY ENDORSEMENT (CHELSEA ISLAN),
PRODUCT QUALITY AND PRICE THROUGH BRAND IMAGE
ON PURCHASE INTENTION IN OPPO SMARTPHONE
CONSUMERS IN SURABAYA***

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of *Celebrity Endorsement* Chelsea Islan, *Product Quality*, and *Price* on *Purchase Intention* through *Brand Image* on Oppo Smartphone consumers in Surabaya.

The data analysis technique used is SEM (*Structural Equation Modeling*) with the LISREL program. The sample used in this study was 180 respondents. The characteristics of the sample in this study were, aged 17-50 years, domiciled in the city of Surabaya, had seen Oppo smartphone advertisements using Chelsea Islan as a *celebrity endorsement*, knew the competitors of Oppo's smartphone, and intended to buy a smartphone Oppo.

The results of this study indicate that there are significant and positive influences between *Celebrity Endorsement*, *Product Quality*, and *Price* on *Brand Image*, and there are significant and positive influences between *Celebrity Endorsement*, *Product Quality*, and *Price* on *Purchase Intention* through *Brand Image*.

In this study there are practical suggestions and academic advice. Practical advice for *celebrity endorsement* variables as advertisement models should celebrities used have information and communication technology expertise. For *product quality* variables can add more specifications to the product and design it as comfortable as possible for use by consumers. For *price* variables companies should *smartphone* Opposet prices on products that can be reached or purchased by consumers. For *brand image* variables you should advertise their products more often using existing media or with new media. For *purchase intention* variables companies should *smartphone* Oppo be able to maintain the trust of each customer. While academic advice for future researchers can use more variables such as *brand trust*, *brand loyalty*, and *brand satisfaction*.

Keywords: Celebrity Endorsement, Product Quality, Price, Brand Image, Purchase Intention.